

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Veränderungen im Kaufverhalten

<b>1</b>	<b>Auswirkungen der Coronapandemie auf das Cross-Border-E-Commerce-Kaufverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher . . .</b>	<b>3</b>
	Anne Fota und Hanna Schramm-Klein	
<b>2</b>	<b>Chancen zur Wiederbelebung des innerstädtischen Handels in deutschen Klein- und Mittelzentren . . . . .</b>	<b>23</b>
	Roland Mattmüller, Julia Elspaß und Julia Matheis	
<b>3</b>	<b>Sortimentspolitische Gestaltungsbereiche zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens . . . . .</b>	<b>49</b>
	Annett Wolf	
<b>4</b>	<b>Potenziale und Herausforderungen von Omni-Channel-Strategien im Möbele Einzelhandel . . . . .</b>	<b>65</b>
	Florian Braunegger und Elena Giovante	

## Teil II Anwendung neuer Technologien

<b>5</b>	<b>„V-Commerce“: Virtuelle Welten im Online-Shopping und wie wir mit ihnen umgehen sollten . . . . .</b>	<b>93</b>
	Andreas Wagener	
<b>6</b>	<b>Die Akzeptanz von neuen Technologien im stationären Einzelhandel am Beispiel von digitalen Sprachassistenten in der DIY-Branche . . . . .</b>	<b>111</b>
	Uwe Kehrel und Nina Wörmer	
<b>7</b>	<b>Ganz vorne mit dabei oder bereits hinten dran? – Livestream-Shopping, seine Potenziale und die Situation in Deutschland. . . . .</b>	<b>133</b>
	Sylvia Knecht und Alexander Bungarten	

<b>8</b>	<b>Nutzung App-basierter Orientierungshilfen im stationären Einzelhandel</b> .....	<b>151</b>
	Atila Wohllebe und Lina Johnsen	
 <b>Teil III Kundenanforderungen an den stationären Handel</b>		
<b>9</b>	<b>Customer Expectations and Their Fulfilment in the German Food Retail Market Before and During the COVID-19 Pandemic</b> .....	<b>173</b>
	Hendrik Godbersen, Tim Szabo und Susana Ruiz Fernández	
<b>10</b>	<b>Beraten erlaubt, Berühren verboten – experimentelle Untersuchung des veränderten Konsumierendenverhaltens durch die Coronapandemie</b> .....	<b>199</b>
	Mandy Nuszbaum und Kristina Kampfer	
<b>11</b>	<b>Qualitative Untersuchung der Bedürfnisse von Generation Z und Golden Agern in Bezug auf das stationäre Einkaufen</b> .....	<b>221</b>
	Tobias Keil und Dorothea Kissel	
<b>12</b>	<b>Förderung der Customer Experience im stationären Bekleidungseinzelhandel trotz Hygieneauflagen</b> .....	<b>245</b>
	Julia Naskrent und Simon Dormann	